

إدارة العلاقات العامة
أ.م. د. السيد عبدالرحمن علي



إدارة العلاقات العامة

المحاضرة السادسة

Prepared by
أ.م. د. السيد عبدالرحمن علي



المحاضرة السابقة؛ وظائف إدارة العلاقات العامة (2):

استهدفت المحاضرة السابقة استعراض النقاط الآتية:

- وظيفة الاتصال في إدارة العلاقات العامة.

- وظيفة التقييم في إدارة العلاقات العامة.



أهداف المحاضرة الحالية؛ أدوار ومسؤوليات (1):

تسعى المحاضرة الحالية إلى استعراض النقاط الآتية:

- الأدوار والمسؤوليات المتخصصة لإدارة العلاقات العامة.

الأدوار والمسؤوليات المتخصصة لإدارة العلاقات العامة



أدوار إدارة العلاقات العامة ومسؤولياتها:

تتعدد أدوار إدارة العلاقات العامة ومسؤولياتها، ويمكن
تحديد مجموعة منها ضمن المحاور الأساسية
للتخصصات الوظيفية الثلاثة على النحو الآتي:



أ) الوظائف الإعلامية:

- توعية جمهور المنظمة بمخرجاتها (سلعة - خدمة - فكرة)، وكيفية الانتفاع بها أو الإسهام في تطويرها.
- تطوير تقنيات الأنشطة الإعلامية، بما يحقق مرونة التفاعل الإيجابي مع جمهور المنظمة.
- رفع كفاءة استخدام وسائل الاتصال المتاحة، بما يحسّن من العلاقات مع الجمهور، ويدفعها نحو اتجاهات إيجابية.

ب) وظائف الاستعلام:

- إجراء البحوث المسحية لجمهور المنظمة أو الرأي العام، وصولاً إلى مؤشرات دقيقة عن مواقفها من المنظمة.
- تحليل مواقف الجمهور والرأي العام واتجاهاته، لتحديد الآثار المترتبة عليها، وسبل معالجة الجوانب السلبية منها، ودعم الإيجابية منها.
- تطوير تقنيات استيعاب متغيرات مواقف الجمهور (حاجاته ورغباته) والتحكم بها.

(ج) وظائف التنسيق:

- ربط خطة إدارة العلاقات العامة مع خطط الإدارات الأخرى في إطار الخطة الشاملة للمنظمة.
- تصميم الهيكل التنظيمي لإدارة العلاقات العامة، بما يتفق مع موقعها في الهيكل التنظيمي، وينسجم مع بناء إدارة العلاقات العامة ووحدات الهيكل المختلفة (علي عجوة، 2008).



أدوار ومسؤوليات أخرى لإدارة العلاقات العامة:
تتعدد الأدوار والمسؤوليات المتخصصة لإدارة العلاقات
العامة على النحو الآتي:

- تنمية العلاقة بالمجتمع.
- التخطيط والإدارة، ويتمثل هذا الدور في التنظيم والتنسيق والمراقبة والتقييم.
- توطيد العلاقة مع وسائل الإعلام.
- النشر.
- إنتاج وإصدار المطبوعات المختلفة.
- الرعاية بكل أشكالها وأنواعها.

- تنمية العلاقة مع الجمهور الداخلي من خلال:

- إعلام موظفي المؤسسة بسياساتها واستراتيجياتها، ودورهم في تنفيذ هذه السياسات.
- الاهتمام بتدريب الموظفين والاعتناء بهم وبعائلاتهم من الناحية الصحية والترفيهية.
- إعلامهم بالتغيرات التسويقية، وما يترتب عنها من تغيير في السياسات والقرارات التسويقية للمؤسسة، ومساعدتهم على فهم واستيعاب هذه التغيرات وقبولها وتنفيذها.

- تنمية العلاقة مع الجمهور المالي للمؤسسة.

- إدارة الأزمات (شيماء السيد سالم، 2006).

01

- كما تشتمل الأدوار والمسؤوليات المتخصصة لإدارة العلاقات العامة على:
- تصميم الحملات الاتصالية.
 - كتابة النشرات الإخبارية والمحتويات الأخرى للأخبار.
 - العمل مع الصحافة.
 - ترتيب المقابلات للمتحدثين الرسميين للشركة.
 - كتابة الخطب لقادة الشركة،
 - العمل كمتحدث رسمي باسم المنظمة.
 - إعداد وتجهيز العملاء للمؤتمرات الصحفية والمقابلات الإعلامية والخطب.

- إدارة الاتصالات الداخلية.
- إدارة الأحداث الخاصة.
- إدارة الأنشطة التسويقية، مثل الوعي بالعلامة التجارية.
- تحديد ورسم سياسات المنظمة بما يتفق مع مصلحة الجمهور.
- تنفيذ البرامج التي تهدف إلى كسب رضا الجمهور.
- الحرص على تقديم الأعمال التي تحظى باحترام الجمهور وثقته.
- تحقيق المزيد من التعاون الخلاق والأداء الفعال باستخدام الإعلام المخطط.

- المشاركة في حل مشكلات المجتمع والبيئة المحيطة بالمنظمة.
- المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
- كتابة محتوى موقع المنظمة على شبكة الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي.
- التعامل مع جماعات الضغط.
- إعداد النشرات الاعلامية التي تتعلق بنشاطات المنظمة.
- مساعدة وتشجيع الاتصال بين المستويات الإدارية (التنسيق).

- تعريف العملاء (والعاملين) بالمؤسسة وشرح رسالتها وأهدافها، بلغة مبسطة سهلة الفهم للجميع.
- تنسيق العمل بين الأقسام والوحدات التنظيمية، ضمن الفرع الواحد، لتحقيق الانسجام بين الفرع وجماهيره الداخلية والخارجية.
- العمل كمستشار لأعضاء مجلس الإدارة وللمستويات الإدارية العليا.
- تنظيم مقابلات المدير واستقبال الزوار بشكل لبق وحضاري.
- بحث وتحليل وتلخيص جميع المسائل التي تهم الإدارة ورفعها إليها.

- علاج مشكلات الإدارة، والعمل على مواجهة التحديات التي تشكل عقبة في سبيل التنمية الإدارية، وذلك على النحو الآتي:
- إبراز مظاهر القصور في القوانين واللوائح التي تعجز عن توفير المرونة لمواجهة الظروف المتغيرة والمتطورة.
- تشجيع الحلول الذاتية والمبادرات التي يقدمها بعض الإداريين للتغلب على المشكلات.
- تنشيط المناقشات الموضوعية الهادفة إلى تطوير الجهاز الإداري، وإعادة توزيع القوى العاملة، بما يتفق مع مصلحة العمل.

- إعداد الردود على الشكاوى في ضوء توجيهات المدير، مرفقة بالوثائق، وليس بالتسويق.
- تقديم المساعدات الملائمة، في المناسبات المختلفة، لا سيما الإنسانية، باسم المدير.
- المشاركة في المعارض وأحداث التسويق.
- تنسيق المؤتمرات والجولات الإعلامية.
- متابعة إجراءات سفر الموفدين من العاملين بمهام رسمية خارج الدولة.

- إعداد الكتب والمذكرات التي يطلبها المدير.
- التحضير للمؤتمرات والمنتديات المحلية والمركزية (مشاركات فعالة).
- تأمين التغطية الإعلامية المناسبة لكل أنشطة المنظمة.
- تحليل المواد الاعلامية الواردة في وسائل الاعلام الورقي والإلكتروني، وتعقبها، وإعداد الردود عليها، وتعميمها على العاملين للاطلاع.
- القيام بإجراءات الآداب العامة لجهة الأفراح والأحزان، وإرسال الزهور وبرقيات التعازي، وللمناسبات الدينية والاجتماعية والوطنية.

- إجراء عمليات قياس لاتجاهات الرأي العام حول توجهات وخدمات المؤسسة أو الفرع، وتقويم تلك الاتجاهات، وكذلك قياس رضا العملاء،
- استلام الشكاوى وإحالتها إلى الجهات ذات العلاقة؛ لإعداد الرد والإجابة والمتابعة، والتأكد من التغذية المرتدة حول قناعة الجهة الشاكية بالرد والإجابة.
- التنسيق مع إدارات العلاقات العامة وإدارات التطوير في الجهات المختلفة لتبادل الخبرات والمعرفة.

- المشاركة الفعالة الواضحة في مختلف المناسبات داخل المنظمة وخارجها؛ لإبراز صورة المؤسسة بشكل جيد.
- الدعوى إلى اجتماع (لقاء) شهري، لتهيئة الجو الصالح للعمل بين الموظفين والإدارة.
- مساعدة العملاء على تكوين الرأي الحر، المبني على أسس من الواقع، من خلال تزويد العملاء بكل المعلومات، وإطلاعهم على الوثائق، مع نشر بعض أدلة العمل في وسائل الاعلام، وإرسالها إلى العملاء.
- المساعدة في تشكيل أفكار المنظمة حول ماهيتها، وما يجب عليها فعله، وما يريده ويتوقعه الجمهور منها.



تابع أدوار إدارة العلاقات العامة ومسئولياتها:
حيث إنه هناك تصنيفات عديدة للوظائف المنوطة
بالعلاقات العامة والقائمين عليها، وفقا لطبيعة
أنشطتها ونوع الجماهير المعنية بالتواصل معها... إلخ.

- الإدارة الاستراتيجية، بصفته مستشارًا، يعمل
ممارس العلاقات العامة في فريق الإدارة،
لمساعدة المنظمة على تطوير سياسات سليمة
صحيحة، تخدم مصلحة الجمهور والمنظمة.
ويقوم ممارس العلاقات العامة بدمج فهم
اهتمامات الجمهور الرئيس ومواقفه في عملية
صنع القرار الإداري في المنظمة.





- إدارة القضايا، ويتضمن ذلك تحديد المشكلات والقضايا والاتجاهات ذات الصلة بالمنظمة؛ ومن ثم تطوير وتنفيذ برامج للتعامل معها. ويشمل ذلك دراسة قضايا السياسة العامة التي تهم المنظمة.
- إدارة السمعة، وهي تخطيط وتنفيذ السياسات والإجراءات والاستراتيجيات التي تثبت التزام المنظمة بالمسؤولية العامة والاجتماعية، والسلوك الأخلاقي، وهوية الشركة وسمعتها، لدى الجمهور الرئيس.
- إدارة الاتصالات، من خلال تطوير أهداف الاتصالات التي تتماشى مع الأهداف العامة للمنظمة.



- إدارة المخاطر، كعلاقات عامة وقائية، ويتضمن هذا الدور مساعدة المنظمة على التعرف على مجالات الخطر المحتمل، والتوصية بالتغييرات اللازمة، قبل أن تتطور تلك المخاطر إلى أزمات.
- إدارة الموارد، حيث تقوم إدارة العلاقات العامة فيما يتعلق بالموارد البشرية والمالية بتحديد الأهداف والتخطيط ووضع الميزانية وتعيين موظفي العلاقات العامة وإدارة تلك الموارد.
- إدارة العلاقات المالية، من خلال التعامل والتواصل مع المنظمات ومجموعات المصالح داخل صناعة المنظمة.



- إدارة العلاقات الداخلية، وهي تضم علاقة المؤسسة بموظفيها والعاملين ضمن نطاق نشاطها، بالإشراف على تحسين مستوى رضا العاملين، وفتح مجالات التواصل المتبادل وتنشيط تفاعل الموظفين فيما بينهم، بالإضافة لتحسين مستواياتهم وتمكينهم من أدوارهم، وتحفيزهم على نجاحاتهم.

وكذلك الحرص على تكوين علاقات طيبة بين موظفي المؤسسة والإدارة، وجذب الموظفين ذوي المهارات والكفاءات العالية للمؤسسة.

- إدارة العلاقات الحكومية، حيث تتولى إدارة العلاقات العامة مهمة التواصل مع المؤسسات الرسمية والهيئات الحكومية، لاستصدار الوثائق اللازمة أو للتنسيق لإقامة الفعاليات وإدارتها.
- إدارة العلاقات الإعلامية: هي العلاقات المستمرة بين المؤسسة ووسائل الإعلام المحلية والدولية، بما في ذلك الصحفيين وصناع المحتوى، وعمل المؤتمرات الصحفية وتغطية الحملات والأنشطة والفعاليات المرتبطة بالمؤسسة.

- إدارة العلاقات مع الجمهور، ويتضمن ذلك دور إدارة العلاقات العامة في تحديد الجمهور الرئيس، ووضع استراتيجيات لبناء والحفاظ على علاقات متبادلة المنفعة معهم.

- إدارة المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، لارتباط إدارة العلاقات العامة بالجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة، على اختلاف أنواع أنشطتها، وتباين المصالح فيها.

- إدارة الاستشارات مع إدارة المنظمة، من خلال المشاركة في تقديم المشورة، في حال اتخاذ أي قرار أو سياسة معينة.

- إدارة أنشطة العلاقات العامة نحو المجتمع، بالحملة الترويجية للشركات الربحية والخدمية، وكذلك بالحملة التطوعية والخيرية للمؤسسات ذات الطابع الخيري، بذلك تتعزز العلاقات بين المؤسسة والمجتمع، بما يعود بالنفع على كليهما.

كما أن وظيفة إدارة العلاقات العامة تتكون من مشاركة منظمة مخططة وفعالة ومستمرة مع المجتمع وداخله؛ للحفاظ على بيئتها وتعزيزها لصالح كل من المنظمة والمجتمع، ويمكن أن يشمل ذلك المؤسسات والأنشطة التطوعية والمساهمات الخيرية والمشاركة العامة.

- إدارة أخبار الأنشطة والفعاليات، لتكون في متناول الجمهور الخارجي والداخلي.
- إدارة المنصات الإلكترونية للمؤسسة، لا سيما شبكات التواصل الاجتماعي، حيث يُعد إنشاء وجود للمؤسسة أو للفرد عبر الإنترنت أو مراقبته أو تنميته وظيفة أخرى لإدارة العلاقات العامة، وقد تشمل المهام المحددة إنشاء صفحات فيسبوك أو تحديثها، وتغريد المعلومات ومراقبة ما يقوله الآخرون في الفضاء الإلكتروني حول المؤسسة.

- إدارة تطوير المحتوى، حيث يُعد إعداد الوثائق، المكتوبة والإلكترونية، وظيفة أخرى من وظائف إدارة العلاقات العامة، وتتضمن أمثلة المحتوى الذي تطوره إدارة العلاقات العامة النشرات الإخبارية للشركات، والمدونات، والخطب، والتقارير السنوية. ويمكن أيضا كتابة المحتوى لعضو آخر في المنظمة، مثل رسالة إلى الموظفين من الرئيس التنفيذي. وفي كثير من الأحيان، ستعمل إدارة العلاقات العامة مع إدارات أخرى لضمان أن المشروع يتناسب مع رسالة المنظمة الشاملة.

- إدارة علاقات أصحاب المصلحة، وهم الأشخاص أو المجموعات التي لها مصلحة مع المنظمة أو يمكن أن تتأثر بأهداف المنظمة أو إجراءاتها، مثل الموظفين والمستثمرين والموردين والوكالات الحكومية، وهي وظيفة أخرى لإدارة العلاقات العامة.

على سبيل المثال، سترغب إدارة العلاقات العامة في إعطاء الموظفين والموظفين المحتملين صورة إيجابية عن المنظمة، وجعلها تبدو ذات صلة وناجحة ومهمة؛ لذلك يرغب الناس في العمل مع المنظمة.

- حماية المؤسسة من خلال إعداد البرامج الاحتياطية التي تجنب المؤسسة من الوقوع بأي مشكلة.



أدوار ومسئوليات إضافية لإدارة العلاقات العامة:
وهناك مجموعة إضافية من أدوار ومسئوليات إدارة
العلاقات العامة هي:



- إدارة العلاقات مع ضيوف المؤسسة، واستقبالهم، وتأمين متطلباتهم وراحتهم.
- تأمين الحجوزات في الفنادق لضيوف المؤسسة الذين تستوجب مهماتهم الإقامة والمبيت.
- تحضير الهدايا للضيوف.
- إعداد جدول زيارة الضيوف وغيرها من الأمور المتعلقة بالزيارة.
- إعداد الكتيبات الإرشادية للضيوف.



- إصدار بيانات للجمهور عند إطلاق أي منتج جديد.
- توقع وتحليل وتفسير الرأي العام ومواقف الجمهور تجاه العلامة التجارية.
- صياغة الاستراتيجيات الاتصالية التي تستخدم وسائل الإعلام المجانية أو المكتسبة للتأثير عليها.
- تقديم المشورة لموظفي المنظمة، فيما يتعلق بالسياسات ومسار العمل ومسئولية المنظمة ومسئوليتهم.
- صياغة استراتيجيات لدعم العلامة التجارية في كل حملة وخطوة جديدة، من خلال المحتوى التحريري.

- المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
- إعداد السجلات اللازمة للعمل، وتوثيق وتصنيف البرامج والفعاليات.
- التعامل مع الجهات الحكومية والتشريعية نيابة عن المنظمة.

- دعم الجمهور، وهي إحدى الوظائف الرئيسة لإدارة العلاقات العامة أيضا، وذلك للحصول على الدعم العام للمنظمة وكسبه، فعند تعاطف الجمهور مع العلامة التجارية للمنظمة، سيختارون منتج المنظمة على المنافسين.
- علاقات الترضية (الإرضاء)، حيث تتعامل المنظمة مع العديد من أصحاب المصلحة في وقت واحد مثل: الموظفين والمستثمرين والمساهمين والعملاء؛ لذلك، من الضروري لإدارة العلاقة العامة أن تجمع الجميع في الصفحة نفسها.

- علاج مشكلات الإدارة، والعمل على مواجهة التحديات التي تشكل عقبة في سبيل التنمية الإدارية، وذلك على النحو الآتي:

* إبراز مظاهر القصور في القوانين واللوائح التي تعجز عن توفير المرونة لمواجهة الظروف المتغيرة والمتطورة.

* تنشيط المناقشات الموضوعية الهادفة إلى تطوير الجهاز الإداري وإعادة توزيع القوى العاملة، بما يتفق مع مصلحة العمل.



المحاضرة القادمة:

تستهدف المحاضرة القادمة استعراض ما يتعلق بالنقطة الآتية:

- أدوار ومسئوليات (2): إدارة العلاقات العامة والتسويق.



الهوامش (المراجع):

- (شيماء السيد سالم، الاتصالات التسويقية المتكاملة (القاهرة: مجموعة النيل العربية، 2006).
- السيد عبدالرحمن علي، العلاقات العامة: محليا وعالميا (القاهرة: الوكالة العربية للعلاقات العامة، 2020).
- (السيد السعيد، استراتيجيات إدارة الأزمات والكوارث: دور العلاقات العامة، ط1 (القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع، 2006).
- علي عجوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط5 (القاهرة: عالم الكتب، 2008).



شكراً جزيلاً

Thank You